新媒体时代广播电视新闻传播规制的目标和实现路径

潘志宏
（福建省南靖县融媒体中心，福建 漳州 363600）

摘 要：随着新媒体产生发展，传统新闻传播资源平台暴露出单一化矛盾，新闻传播院校应迎合社会发展趋势，丰富多媒体人才培养目标，为落实转变人才培养目标需通过专业教育方式培养学生能力与思维，完善新媒体下新闻传播资源平台建设。三网融合改变广电媒介技术特性，使信息传播内外部环境发生变化。新媒体时代广播电视新闻实施路径体现创新广电新闻生产模式，保障国家意识形态安全，重构广电新闻节目多元评价指标体系，使新媒体下广电新闻传播发挥更大的作用。

关键词：新媒体时代；广电新闻传播；三网合一；广电节目评价体系；新闻生产模式 **中图分类号：**G229.2 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）07-038-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.010
本文著录格式：潘志宏 . 新媒体时代广播电视新闻传播规制的目标和实现路径 [J]. 中国传媒科技，2021（07）：38-40.

三网融合是产业形态融合，在业务上相互准入，资源实现共享。信息源结构发生变化、媒介性能发生变化、媒介组织结构发生变化。新媒体三网融合后信息传播内外部环境变化，三屏合一使传统电视回归多元信息传播平台，广电新闻节目能否通过综合网络获得更快的传播效果保障国家文化安全，依赖于对三网融合电视新闻传播规制构建。广电新闻传播要想在新媒体时代下持续发展，必须适应三网融合趋势，广电新闻传播需以社会性规制为主导进行规制，目前网络媒体占据主导地位，但广电媒体为主流媒体，广电在我国有很高的普及率，广播电视新闻具有消费非竞争性，对其传播进行规制要使其满足社会公众根本利益需求。

1. 新媒体发展对广电媒体新闻传播的影响

广播电视媒体为党的新闻宣传工作做出很大贡献，随着新媒体的发展，广电媒体发展中遇到新的问题，当今经济发展日新月异，广电媒体发展与新形势下新闻宣传工作要求存在一定差距，广电媒体亟需形成自身发展动力，提升核心竞争力。广电媒体新闻节目形式不断创新，但与新形势下受众对广播电视新闻的要求存在较大差距。面临新媒体的严峻挑战，广播电视新闻如何加大创新力度，增强新闻节目的引导力成为从业者必须思考的问题。

中国广播电视传媒事业发展随着时代的进步不断推进，广电政策许可是广电媒体发展的基础，1983 年中央提出四级办后，全国广播电视台迅速增加，20 世纪 90 年代初各县市成立广播电视台，2000 年中央要求实行广电集团化，广电总局推行公共频道，要求县级电视台停止自办节目，推行四级办台向三级转变，政策的调整使得广播电视台曲折发展。广播电视媒体发展具有数量庞大，整体实力弱等特点。我国各地广播电视台发展不平衡，经济发达地区广播电视台实力较强，如京津冀、环渤海经济圈地区电台实力较强，东部沿海发达地区县级电视台实力超过西部地区地市台。广播电视台媒体新闻报道局限于区域范围内，由于距离基层群众近，能够看到群众实际生活状况，能快速捕捉群众的生活场景。广播电视媒体的劣势是受区域限制，新闻素材来源较少，受众普遍文化层次偏低，县级广电媒体受众接触媒体几率小，广电媒体投入不足，技术改进方面不能满足发展需求。

目前广电媒体新闻传播发展中存在题材面小，关联性不强，同质化问题突出等问题。分析其宏观原因包括媒体竞争激烈，管理体制制约广电媒体发展，新媒体发展打破传统媒体的生存格局；微观因素包括新闻创新能力不足，设备投入不足，新闻从业人员专业素养欠缺等。我国移动互联网产业迅速发展，中国网民规模达到 9 亿，互联网普及率达 65%，手机使用率达 96%，手机成为第一大网终端，中国手机网民看视频的有 5.6 亿，新媒体快速方便，吸引大量年轻人的注意力，新媒体发展打破传统媒体生存格局，广电媒体主流地位受到冲击。手机信息传播功能成为主要功能，互联网深入社会各层面，改变广电媒体受众的收视习惯，自媒体时代人们习惯通过手机互联网了解新闻，广电媒体新闻传播受到很大影响。

2. 构建制度文化环境

“规制”有动名词双重属性，1971 年施蒂格勒提出关于规制的概念，认为法规规制是国家强制权力应用，规制主体是国家行政及立法机构，根据规制目的分为经

济性与社会性规制，经济性规制是防止无效率资源配置发生为主要目的制定标准；社会性规制是对服务质量及产生活动制定标准。[1] 社会性规制理论解决行为主体外部问题、公共性物品问题。

广电新闻传播规制目标路径体现在构建制度文化环境，创新新闻生产宣传模式，保障国家文化安全，重构新闻节目多元评价体系。随着全球政治民主化推进，大众媒介频繁介入公共政策各环节，是协商民主过程。协商民主是公民通过自由平等对话等协商方式参与公共决策。[2] 三屏合一使传统电视回归多元信息传播平台，使受众成为信息受者与传者。传统意义的传者主动性弱化，受者影响力增强，打破权威信息发布垄断。

国务院颁布《广电管理条例》是我国管理广电活动基本依据。此外包括《电影管理条例》及专门规范互联网传播的《信息网络传播权利保护条例》等。行政法规大多针对某时期出现问题制定，管理主体不清晰，不能从源头解决广电传播存在的问题。

新媒体融合产业化发展下，2010 年国务院出台《推进三网融合总体方案》，当务之急是制定专门法律规范代替行政法规。由于法律涉及不同主体，如广电机构及各种组织，要有细致明确条文避免自由裁量，有效规避利益主体对广电传播活动的制约，充分保障普通公众信息权利。公众拥有话语权可以借助手机等信息终端与电视机互动，表达自己的意愿主张，随时就政府决策提出建议。使公民参与权更加方便快捷，激发全体民众公民意识，推进民主政治有序发展。

3. 创新新闻生产宣传模式

新媒体融合后信息传播呈现多元化、全媒体化特征，舆论宣传面临的单向性信息传播方式被打破，非线性信息传播成为主导；传统媒介与新兴媒介边界消亡导致广电等传统媒体构成传统舆论场，新媒体构成新兴舆论场直接冲突。国家文化安全面临挑战。[3] 广电媒体必须突破传统僵化思路，以提高宣传效率。新媒体融合下广电新闻传播规制要创新广电新闻节目生产模式，适应舆论宣传要求。

首先要通过大编辑部模式提升节目品质。CNN 为代表的海外电视机构运用大编辑部模式生产新闻节目，2003 年央视新闻频道开播，实时 24 小时滚动播出新闻。大编辑部模式是编辑部以频道利益最大化为目标，统一协调各栏目，打破传统电视媒介下栏目化生存新闻节目采用单一化生产模式，减少多余中间环节，提高新闻生产效率。大编辑部模式通过对栏目为核心的节目生产理念变革，使编辑主导新闻生产。有利于编辑通过把关贯彻频道新闻理念，有力推动新闻节目品质提升。

其次对广电新闻节目营销。传统电视新闻关注如何采制好新闻，人们常认为好的节目会产生好的舆论效果。因为单向封闭式传播方式使传统传播拥有渠道垄断优势，新媒体融合后使得观众向主动性选择转变，观众角色向用户角色转变。[4] 引入新闻产品营销理念非常必要，要求广电新闻节目必须坚持渠道为王。传播者可利用激励机制动员受众分享新闻节目形式营销。传播者可利用新闻文本信息开放性，通过微博等社交平台主动制造话题，吸引受众参与活动形成间接营销效果。

再次，构建个人门户平台促进新闻产品增值。传统新闻收视下大部分受众不清楚接收信息后能做什么，接收信息效果不理想。在综合网络中搭建用户个人门户平台，集上传、评论功能于一体，提供内容管理入口，平台需具备内容审核功能，有效把关用户上传新闻内容。用户根据自身需求与价值判断，主动精准获取传播信息。CNTV 在爱西柚板块搭建“我的电视平台”是个人门户案例，“个人门户”是用户深度参与式电视体验，延长新闻信息生命周期的有效途径，传统收视下过目即忘的新闻节目能被受众牢记。

三网融合下广电新闻传播模式发生变化，内容呈现多元化特点，信息技术快速发展，社会传播信息量不断增多，一些虚假负面新闻信息会对人们的生活造成不利影响。新闻传播中信息真伪识别非常重要。要保证广电新闻节目品质，传播机构要对信息质量严格把关，坚持信息传播真实性，要及时传播社会新闻，正确引导社会舆论，建立传播审核制度对新媒体融合下广电新闻传播非常必要。

4. 重构新闻节目多元评价指标体系

维护公共利益是广电事业合法性的基础，我国广电媒体应强调维护公共利益的责任。但目前广电节目生态环境不容乐观，各种选秀娱乐等综艺节目泛滥，呈现过度娱乐化倾向。一些省级卫视民生新闻节目走娱乐化路线，其背后原因是收视率指挥棒效应。要想强化新媒体融合下广电媒体公共服务职能，需要重构广电新闻节目多元化评价指标体系，使新媒体下广电新闻节目生产以维护公共利益目标为基础。

目前中国权威的应用评价指标体系是央视制定栏目评价体系，收视率为客观指标占 50%，专家评价为主观指标占 25%，体系针对栏目包括新闻、娱乐、财经、生

活服务等类别。重构评价体系要打破二分法权重设置，新媒体融合下客观指标包括电视收视率指标及网络流量指标。客观指标在电视节目时长评估中具有独特作用，用户忠诚度培育为导向，但新闻节目追求多元为价值取向。对新闻节目制定二分法权重设置会带来负面导向作用，为提升收视率节目会追求有力的煽动性，最终走向低俗化。[5]

主观指标包括观众满意度与专家评价。观众满意度指标表征广电节目可信性，以追求社会效果为价值取向，多元价值取向融合下富有独立原则、多元化原则的广电新闻节目使差别化受众满意。对广电新闻节目生产带来正向作用。[6-7] 新媒体融合下广电新闻媒体传播渠道发生变化，利用新媒体可以方便获取满意度指标。可以通过收视终端获取受众反馈信息。专家评价是电视节目邀请相关领域代表性专家作电视节目品质顾问，专家评价指标是对栏目导向正确与否及节目制作水准的表征。新媒体融合带来舆论多元化，全媒体时代提高专家评价指标权重有利于保证节目专业性。[8]

根据系统论优化原理，客观指标在广电新闻节目评价指标中占 1/3 权重合理，有利于提升新媒体下广电媒体新闻节目传播力及专业性，提升其对民主精神的培育。新媒体融合后技术先进性裹挟受众需求将广电新闻带入新的阶段，新闻传播呈现价值多元化等特征。对广电新闻传播规制，必须坚持人本理念，以社会民众最高利益为目标，使广电新闻传播在社会转型期发挥更大作用。[9-11]

结语

21 世纪科技革命带动下，我国科技应跟上国际发展的脚步，根据我国三网融合计划，2016 年全面进入三网融合时代，广电新闻传播在新媒体融合下发展必须创新节目，拓宽渠道提升竞争实力。广电新闻传播机构要丰富节目内容，打造品牌影响力，受众不仅通过传统电视，还可以通过宽带网络观看自己喜欢的电视节目，是广电新闻传播发展的方向。广电新闻传播通过新媒体融合发展，多渠道营销，为广大群众带来空前视听觉盛宴，提升人民生活水平。[12-15] 媒

参考文献

[1] 姜怡 . 媒体融合背景下传统电视媒体组织文化变革困境 [D]. 南京：南京大学，2018.

[2] 黄馨 . 媒体融合背景下的电视媒体组织变革 [D]. 南京：南京大学，2018.

[3] 杨国瑞 . 中国广播电视产业媒体融合研究 [D]. 北京：北京交通大学，2018.

[4] 钟央 . 电视新闻全媒体融合模式及其绩效评价 [D]. 武汉：武汉大学，2015.

[5] 于跃，王云琴 . 探讨如何提升广播电视新闻编辑工作能力 [J]. 采写编，2020（6）：80-81+94.

[6] 李跃萍 . 新媒体时代广播电视新闻节目创新要走融媒体之路 [J]. 新闻文化建设，2020（17）：101-102.

[7] 孟琳娜 . 广播电视新闻传播在新媒体时代如何实现“突围”[J]. 西部广播电视，2020（20）：65-67.

[8] 沙玉龙 . 媒体融合时代新媒体技术对图书出版业的影响 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：89-91.

[9] 赵丽娟 . 新媒体时代广播电视编辑工作能力提升策略探究 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：102-104.

[10] 杨福双 . 新媒体时代广播电视节目编辑创新研究 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：74-76.

[11] 王茜 . 新媒体时代新闻标题制作策略探讨 [J]. 中国传媒科技，2020（11）：82-84.

[12] 欧阳蘅 . 新媒体时代童书选题策划与出版框架研究 [J]. 中国传媒科技，2020（11）：85-87.

[13] 郭再杰 . 浅谈融媒体时代传统广播电视的改革与创新 [J]. 中国传媒科技，2020（7）：83-84+104.

[14] 杨西梅 . 探讨新媒体时代下传统广播电视与新媒体融合发展 [J]. 中国传媒科技，2020（1）：56-58.

[15] 赛力克·哈尼开 . 新媒体时代广播电视编辑业务创新探讨 [J]. 中国传媒科技，2019（7）：94-96.

作者简介：潘志宏（1970-），男，江苏金坛区，记者，研究方向：广播电视新闻传播。

（责任编辑：胡杨）